

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden yakni nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri, selanjutnya peneliti mengolah data kuesioner hasil dari jawaban responden dengan menggunakan SPSS. Hasil dari analisis regresi linier berganda baik parsial maupun simultan menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

A. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri

Bedasarkan analisis data dari hasil kuesioner responden, menunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia KC Kediri sudah baik dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan juga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jawaban sangat setuju dan setuju dari para responden. Nasabah akan menggunakan kembali produk dan jasa yang ditawarkan bank jika kualitas produk dan jasa yang ditawarkan tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah. Semakin baik kualitas produk yang diberikan maka semakin tinggi loyalitas nasabah dalam menggunakan produk di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

Dapat dilihat dari hasil uji T menunjukkan bahwa kualitas produk di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi kurang dari α , maka diambil keputusan yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kesimpulan adanya hubungan positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Jadi, jika terdapat kenaikan kualitas produk maka akan berpengaruh dan meningkatkan loyalitas nasabah, sebaliknya jika ada penurunan kualitas produk maka akan berpengaruh dan menurunkan loyalitas nasabah.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Anggun Citra Novita, Willem J. F. A. Tumbuan, Maria V. J. Tielung yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Semakin baik kualitas produk yang diberikan maka nasabah akan semakin puas dan membuat mereka loyal menggunakan jasa perbankan. Pada dasarnya nasabah akan menilai kualitas produk perbankan. Semakin puas dan sering seorang nasabah menggunakan suatu produk perbankan maka dapat dikatakan semakin berkualitas produk perbankan yang diberikan.¹¹⁹

Sesuai dengan teori Purnama bahwa kualitas produk adalah kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan atas produk ke dalam spesifikasi produk yang

¹¹⁹ Anggun Citra Novita, Willem J. F. A. Tumbuan, Maria V. J. Tielung, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado*, Jurnal Berkala Ilmiah, (Universitas Sam Ratulangi: Jurusan Manajemen, 2016), Vol. 16, No. 1

dihasilkan.¹²⁰ Dimana pada dasarnya kualitas produk menentukan bagaimana kinerja dari produk tersebut, sehingga sangat berhubungan dengan kepuasan pengguna produk yang nantinya akan menciptakan loyalitas konsumen terhadap produk yang digunakan. Dan juga teori dari Swastha dan Handoko dimana kualitas produk secara langsung akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dan jika hal tersebut berlangsung secara terus menerus akan mengakibatkan nasabah yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan biasa disebut dengan loyalitas nasabah.¹²¹

Jadi dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Hal ini dikarenakan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri telah memberikan kualitas produk dengan baik, sehingga menciptakan loyalitas nasabah terhadap penggunaan produk di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri

Bedasarkan analisis data dari hasil kuesioner responden, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia KC Kediri sudah baik dan juga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jawaban sangat setuju dan setuju dari para responden. Pelayanan berperan penting dalam menumbuhkan

¹²⁰ Purnama Nursyabani, *Manajemen Kualitas Jasa Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Andi, 2006), hal. 51

¹²¹ Basu Swastha Dan Hani Handoko, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hal. 83

kepuasan nasabah. Nasabah akan merasa puas dan menjadi loyal menggunakan jasa perbankan jika pelayanan yang diberikan baik.

Dapat dilihat dari hasil uji T menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi kurang dari α , maka diambil keputusan yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kesimpulan adanya hubungan positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Jadi, jika terdapat kenaikan kualitas pelayanan maka akan berpengaruh dan meningkatkan loyalitas nasabah, sebaliknya jika ada penurunan kualitas pelayanan maka akan berpengaruh dan menurunkan loyalitas nasabah.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastini yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan merupakan penilaian nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh pihak perbankan. Menurunnya loyalitas nasabah adalah sebagai akibat dari menurunnya kualitas pelayanan yang diberikan.¹²²

Sesuai dengan Swastha dan Handoko dimana faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah salah satunya dengan adanya kualitas pelayanan.¹²³ Kualitas pelayan menurut Philip Kotler dalam *American Society For Quality Control*,

¹²² I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastini, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali*, Jurnal Manajemen Unud, (Universitas Udayana: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2016), Vol. 5, No. 1.

¹²³ Basu Swastha Dan Hani Handoko, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hal. 83

kualitas jasa pelayanan merupakan keseluruhan ciri atau sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.¹²⁴

Jadi dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan akan mempegaruhi loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Hal ini dikarenakan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri telah memberikan pelayanan dengan baik, sehingga menciptakan loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

C. Pengaruh Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri

Bedasarkan analisis data dari hasil kuesioner responden, menunjukkan bahwa emosional berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jawaban sangat setuju dan setuju dari para responden. Emosional berkaitan dengan hal menciptakan inovasi usaha sehingga nasabah secara emosionalnya tertarik untuk menggunakan jasa perbankan. Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri terdapat berbagai macam produk yang mampu memenuhi kebutuhan nasabahnya sehingga secara emosional nasabah tertarik menggunakan produk dan menjadikan nasabah loyal terhadap Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

Dapat dilihat dari hasil uji T menunjukkan bahwa emosional di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri berpengaruh positif dan signifikan

¹²⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), hal. 180

terhadap loyalitas nasabah. Dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi kurang dari α , maka dapat diambil keputusan yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kesimpulan adanya hubungan positif dan signifikan emosional terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Jadi, jika pihak perbankan mampu menarik nasabah dari segi emosionalnya seperti pemenuhan kebutuhan nasabah salah satunya dengan inovasi produk maka akan berpengaruh dan meningkatkan loyalitas nasabah, sebaliknya jika ada penurunan nilai emosional maka akan berpengaruh dan menurunkan loyalitas nasabah.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan RB. Iwan Noor Suhasto yang menunjukkan bahwa kedekatan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah timbul akibat adanya rasa atau ikatan nasabah dengan penyedia jasa, nasabah akan melakukan penggunaan jasa secara terus menerus dan menjalin hubungan dengan penyedia jasa, perasaan inilah yang dinamakan emosional nasabah.¹²⁵

Sesuai dengan Swastha dan Handoko dimana faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah salah satunya dengan adanya emosional. Emosional menurutnya diartikan sebagai keyakinan penjual atau pihak perbankan itu sendiri terhadap usahanya. Keyakinan tersebut akan menciptakan ide-ide yang dapat meningkatkan usahanya, seperti halnya dalam inovasi produk.¹²⁶ Dan dalam jurnal Muchammad Fauzi dikatakan bahwa terdapat dua faktor yang

¹²⁵ RB. Iwan Noor Suhasto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah*, Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen, (Madiun: Politeknik Negeri Madiun, 2018), Vol. 2, No. 1.

¹²⁶ Basu Swastha Dan Hani Handoko, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hal. 83

mempengaruhi emosional nasabah yakni ketaan beragama dan atribut produk yang berdasarkan prinsip syariah. Sehingga dapat dikatakan semakin tinggi tingkat ketaatan beragama seseorang dan atribut produk (inovasi produk) islami maka semakin besar peluang perbankan syariah dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya.¹²⁷

Jadi dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa emosional mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Hal ini dikarenakan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri mampu menarik perhatian nasabah secara emosional (dengan inovasi produk islami), sehingga kebutuhan nasabah akan produk islami terpenuhi maka akan menciptakan loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

D. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri

Bedasarkan analisis data dari hasil kuesioner responden, menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jawaban sangat setuju dan setuju dari para responden. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan nasabah dalam menggunakan suatu jasa atau produk. Nasabah akan merasa puas dan akan menggunakan produk atau jasa secara terus menerus apabila harga yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang didapatkan.

¹²⁷ Muhammad Fauzi, *Pengaruh Faktor Rasional Dan Emosional Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Baitul Mal Wat Tamwil*, Jurnal Pmeriirann Dan Penelitian Ekonomi Islam, (IAIN Wali Songo Semarang, 2010), Vol.1 Edisi 1. hal. 56

Dapat dilihat dari hasil uji T menunjukkan bahwa harga di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi kurang dari α , maka dapat diambil keputusan yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kesimpulan adanya hubungan positif dan signifikan harga terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Jadi, jika dalam penetapan nilai harga baik dan mampu bersaing maka akan berpengaruh dan meningkatkan loyalitas nasabah, sebaliknya jika penetapan nilai harga buruk maka akan berpengaruh dan menurunkan loyalitas nasabah.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Burhanudin yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penetapan harga yang sesuai dengan permintaan pasar akan meningkatkan loyalitas nasabah, hal ini karena jika penetapan harga tidak sesuai nasabah akan cenderung memilih bank lain karena nasabah tidak puas akan kebijakan bank tersebut dan pengaruhnya yaitu loyalitas nasabah akan menurun. Nasabah juga akan menilai kualitas produk atau jasa yang digunakan apakah sesuai dengan harapan dan harga yang telah dikeluarkan atau tidak.¹²⁸

Sesuai dengan Swastha dan Handoko dimana faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah salah satunya adalah harga. Swastha dan Handoko menyatakan harga secara umum adalah dimana seorang konsumen atau seorang nasabah menginginkan barang atau pelayanan jasa yang bagus dengan harga yang lebih murah atau dengan harga yang bisa bersaing. Harga dapat

¹²⁸ Burhanudin, *Pengaruh harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Sinarmas KK Duri Pulo Gambir Jakarta Pusat*, Jurnal Sosio E-Kons, (Universitas Indrapasta PGRI: Prodi Bimbingan dan Konseling, 2018), Vol. 10, No. 1

diartikan sebagai akibat dimana jika harga yang ditetapkan tinggi maka akibat dari pemberian kualitas produk dan pelayanan yang baik.¹²⁹

Jadi dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Hal ini dikarenakan harga yang ditentukan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri mampu bersaing dan sesuai dengan kualitas produk serta kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga menciptakan loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

E. Pengaruh Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri

Bedasarkan analisis data dari hasil kuesioner responden, menunjukkan bahwa biaya berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jawaban sangat setuju dan setuju dari para responden. Biaya merupakan pengeluaran yang digunakan untuk memperoleh manfaat saat ini dan dimasa yang akan datang. Biaya juga merupakan faktor yang digunakan dalam penetapan harga produk atau jasa yang ditawarkan.

Dapat dilihat dari hasil uji T menunjukkan bahwa biaya di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi kurang dari α , maka dapat diambil keputusan yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kesimpulan adanya hubungan positif dan signifikan biaya terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

¹²⁹ Basu Swastha Dan Hani Handoko, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hal. 83

Jadi, jika dalam kebijakan pengeluaran biaya baik maka akan berpengaruh dan meningkatkan loyalitas nasabah, sebaliknya jika dalam kebijakan pengeluaran biaya buruk maka akan berpengaruh dan menurunkan loyalitas nasabah.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Kharisma nawang sigit, M. Syamsul Rizal, dan Arina Hidayati. Yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, semakin bagus promosi maka akan semakin meningkatkan loyalitas nasabah¹³⁰ Promosi yang dilakukan berkaitan dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh pihak perbankan, semakin bagus promosi yang dilakukan maka semakin besar biaya yang dikeluarkan. Dan sesuai dengan teori Swastha dan Handoko ketika perbankan dapat mengeluarkan biaya banyak untuk melakukan promosi atau produksi maka dianggap produk yang dikeluarkan berkualitas, sehingga nasabah lebih loyal terhadap produk tersebut.¹³¹

Sesuai dengan Swastha dan Handoko dimana faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah salah satunya adalah biaya. Swastha dan Handoko menyatakan bahwa biaya dikaitkan dengan pola pikir seseorang dimana jika suatu penyedia jasa atau pihak perbankan dapat mengeluarkan biaya banyak untuk melakukan promosi atau produksi maka dianggap produk yang

¹³⁰ Kharisma Nawang Sigit, M. Syamsul Rizal, dan Arina Hidayati, *Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: Kredit Usaha Rakyat BRI Unit Baros Lamtor Cabang Batang)*, Jurnal Ekonomika Da Bisnis (Universitas Selamat Sri: Prodi Akuntansi FEB, 2020), Vol. 7, No. 1

¹³¹ Basu Swastha Dan Hani Handoko, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hal. 83

dikeluarkan berkualitas, sehingga nasabah lebih loyal terhadap produk tersebut.¹³²

Jadi dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa biaya berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Hal ini dikarenakan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri telah mempromosikan layanan jasanya secara maksimal seperti penggunaan web, penyelenggaraan CSR, dan masih banyak yang lainnya, sehingga menciptakan loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

F. Pengaruh Secara Simultan (Bersama-Sama) Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri

Dari hasil pengujian menggunakan uji F dapat diketahui bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Hal ini dapat diketahui dari Hasil pengujian yang menunjukkan f hitung lebih besar dari f tabel dan nilai signifikansi kurang dari α . Jadi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia KC Kediri. Semakin baik kualitas produk yang diberikan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah dalam menggunakan produk tersebut, Semakin baik kualitas pelayanan yang

¹³² Basu Swastha Dan Hani Handoko, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hal. 83

diberikan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah dalam menggunakan jasa tersebut, semakin pihak perbankan mampu berinovasi produk dan mampu mengetahui kebutuhan nasabah, secara emosional nasabah akan tertarik dalam menggunakan jasa perbankan tersebut, harga dan biaya yang ditentukan juga akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori Swastha dan Handoko dimana loyalitas nasabah dipengaruhi oleh 5 faktor yakni kualitas produk yang berkaitan dengan kinerja produk yang ditawarkan, kualitas pelayanan yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan, emosional yang berkaitan dengan keyakinan akan menciptakan ide-ide yang dapat meningkatkan usahanya, seperti halnya dalam inovasi produk, harga berkaitan dengan pengeluaran seseorang dalam memperoleh manfaat yang diinginkan serta harga yang mampu bersaing, dan biaya yang berkaitan dengan pola pikir seseorang dimana jika suatu penyedia jasa atau pihak perbankan dapat mengeluarkan biaya banyak untuk melakukan promosi atau produksi maka dianggap produk yang dikeluarkan berkualitas, sehingga nasabah lebih loyal terhadap produk tersebut.¹³³

Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia KC Kediri.

¹³³ *Ibid*, hal. 23